

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК КУЛЬТУРНО-ЦИВИЛИЗАЦИОННЫЙ ФЕНОМЕН

И.В. Гориш

Полесский государственный университет, gorish@nextmail.ru

Чтобы проанализировать предпринимательство как культурно-цивилизационный феномен, обратимся к двум концептуальным ненаглядным понятиям – культурный и цивилизационный срезы общества.

Культурный срез характеризуется такими чертами как ориентация на творчество, уникальность и самобытность. Под творчеством здесь понимается способность субъекта преобразовывать предметы окружающей действительности в некие новые, абсолютно отличные от исходного материала формы; умение анализировать, синтезировать и экспериментировать с уже имеющейся реальностью. Одной из причин умирания культуры и перехода в цивилизацию является отсутствие перманентной необходимости в творчестве.

Основными характеристиками цивилизационного среза являются технологичность, функциональность, алгоритмичность, универсальность. Здесь общество предстает как некая целостная система отношений, которая эту целостность устойчиво воспроизводит в процессе своего функционирования и развития посредством присущих ей организационно-технологических механизмов обеспечения жизнедеятельности (экономических, политических и др.).

Феномен предпринимательства вписывается в цивилизацию, но одновременно содержит культуру-творческий компонент. Предпринимательство встроено в рыночную экономику, но оно в большей степени культурный феномен, нежели сама рыночная экономика, которая представляет собой отработанный универсальный механизм, обладающий постоянным набором характеристик. Рыночная экономика может быть реализована в том или ином социокультурном пространстве с небольшими вариациями. На первый взгляд, предпринимательство также алгоритмично; накоплен богатый опыт осуществления предпринимательской деятельности. Но, прежде всего, предпринимательство – это инновационная творческая деятельность, и это отличает его от любой

другой формы экономической активности. Творчество выступает как один из показателей культуры. Во-первых, в предпринимательстве есть дух творчества, несводимый ни к каким образцам. И, во-вторых, даже учитывая то, что механизм осуществления предпринимательства абсолютно универсален, то культурно-исторический субстрат, в который переносится модель, ВСЕГДА будет иметь свои характерные особенности, детерминирующие специфику предпринимательской деятельности.

Предпринимательство как вид хозяйственной деятельности объективно развивается в трех культурно-цивилизационных контекстах:

- 1) в контексте самого себя, образуемом соотношением образующих его элементов;
- 2) в контексте социокультурном, т.е. в том культурном пространстве, в которое хозяйственная деятельность непосредственно погружена;
- 3) в мировом культурно-цивилизационном контексте, анализируемом нами как тенденции мирового развития, существенно влияющие на предпринимательскую деятельность в той или иной конкретной стране.

Рассмотрим первый контекст предпринимательской деятельности. В Республике Беларусь предпринимательство характеризуется своей весьма специфической динамикой. Если рассмотреть его как социокультурный феномен, то, очевидно, что в Беларуси предпринимательство переживает этап формирования, точнее, завершающий период первого этапа. Данный этап характеризуется следующими признаками: сформированы основы законодательства, регулирующие предпринимательскую деятельность; формируется инфраструктура бизнес-среды; созданы и работают предпринимательские организации (фирмы, предприятия) с частной или смешанной формой собственности; расширяется спектр хозяйственной деятельности, который можно представить как медленный и постепенный переход от первоначального накопления в сфере торгового капитала и посредничества между производителем и потребителем к непосредственно производящей сфере внутри предпринимательского сектора; складываются организационные структуры, целью которых является защита корпоративных интересов предпринимателей; формируется и внедряется в практику хозяйственной деятельности комплекс норм и правил, регулирующих взаимоотношения бизнес-партнеров и другое.

Для предпринимательства как явления современной культуры характерны следующие моменты: формирование правового обеспечения как собственно предпринимательства, так и взаимодействия предпринимателей с государственными структурами; наметившиеся новые акценты в моральной легитимизации и оценке предпринимательства, признание за ним своего постоянно расширяющегося сектора деятельности (строительство, сфера бытовых услуг, национально ориентированный туристический бизнес, положительная оценка производящей продукт деятельности в области научно-технической поддержки инновационного развития и др.); расширяющееся социокультурное пространство или сектор предпринимательской деятельности, что выражается в своеобразной экспансии предпринимательства практически во все социально значимые области.

Важным для развития национального предпринимательства является *учет мировых тенденций*. Прежде всего, однако, хотелось бы высказать опасения относительно некритического заимствования и механического переноса на условия Беларуси опыта организации частного бизнеса, сложившегося в западных странах. Развитие предпринимательского сектора экономики должно осуществляться *по принципу опережающего развития*. Суть его состоит в том, что субъект предпринимательской деятельности, равно как и другие люди и институты, причастные к ее развитию (законодатель, например) должны придерживаться, как минимум, трех ориентаций: 1) изучение и избирательное заимствование образцов предпринимательской культуры и их использование в условиях Беларуси; 2) творческое отношение к самим образцам, рассмотрение их в качестве своеобразного материала для переработки, адаптации и применения в национальных условиях; 3) разработка и формирование опережающих относительно сложившихся в мировом опыт предпринимательского хозяйствования проектов, моделей, их экспериментальная проверка и внедрение. Реализация этих приоритетов опережающего развития предполагает глубокое изучение предпринимательства как культурно-цивилизационного феномена.

Каковы же основные тенденции в мировом опыте организации и функционирования предпринимательства?

Прежде всего, необходимо определить методологические основания выделения основных ориентаций в развитии предпринимательства. Будем исходить из того, что предпринимательство представляет собой социокультурный феномен. Следовательно, как особый вид культурной

деятельности оно представляет собой своеобразный *набор социокультурных программ*, в идеале фиксирующих предпринимательство как способ культуротворчества. В предельно обобщенном понимании культурные программы предпринимательской деятельности или предпринимательства определяют некий качественный уровень его развития – *меру культурного развития предпринимательства* как социокультурного явления. Проблема теперь состоит в определении структуры данного явления с философско-культурологических позиций.

В культуре предпринимательства по определению присутствуют основные универсалии культуры. Но функционируют они в предпринимательстве в превращенном виде, выражающем специфику предпринимательства как социокультурного феномена.

В идеале предпринимательство представляет собой совокупность не просто моделей деятельности, но *культуротворческих моделей деятельности*. Это созидательная и преобразующая деятельность, результатом которой является совокупность неких продуктов, фиксирующих уровень культурно-цивилизационного развития общества. Предприниматель либо непосредственно производит новые продукты, либо опосредует их производство, либо участвует в их распространении и доведении до потребителя. Но в любом случае он осуществляет некий комплекс определенных и необходимых моделей деятельности, характер которых зависит от производимого продукта и среды его распространения. Отсюда культуротворческий характер деятельности субъекта хозяйственной деятельности состоит в том, что из многообразия возможных моделей деятельности он выбирает наиболее оптимальные и эффективные. Такая творческая ориентация превращает предпринимательскую деятельность в вид творческой активности.

Предприниматель как субъект культуры, в частности носитель предпринимательской культуры, реализует модели экономического поведения, характерные для данного общества, с данным уровнем социально-экономического развития, также учитывая особенности менталитета данного народа.

Анализ и использование передового зарубежного опыта выступает необходимым условием предпринимательской деятельности и отражает культуротворческую компоненту предпринимательства. Известно, что крупные предпринимательские или частные предприятия в составе персонала имеют специальные аналитические службы, которые отслеживают процесс оптимизации разработки целевых и задачных показателей, принятия и реализации организационно-управленческих решений. Методолог, системотехник, психолог, педагог – эти и другие должности прочно прописались в серьезных фирмах. Эти люди, имеющие фундаментальную специальную, теоретическую, методологическую и гуманитарную подготовку не только отслеживают тенденции в настоящем, но и разрабатывают проекты, модели, оптимизирующие процесс развития организации. Полагаем, что такой опыт может быть полезен и для нашей страны.

Однако культура предпринимательства не определяется лишь списком оптимальных творческих моделей деятельности и умением их реализовывать, но и предполагает владение особыми социокультурными программами, наполненными определенным ценностным содержанием. Субстанцией культуры, ее основным материалом являются ценности. В предпринимательской сфере ценности как идеальные сущности представлены в двух основных формах: идеалах и нормах. Идеальные представления в предпринимательстве содержатся в целевых приоритетах деятельности и решаемых задачах. В цивилизованном предпринимательстве удовлетворение разумных, социально значимых потребностей должно предшествовать интересам получения прибыли, что позволит предпринимателю быть более успешным при прочих равных условиях. Неслучайно поэтому в теории предпринимательства выработаны принципы открытия собственного дела, среди которых всегда присутствуют следующие: приоритет потребителя – для кого будет работать фирма, кто будут потребители ее продукции; что производить – какие товары или продукты будут способствовать удовлетворению потребностей; как производить – с какими качественными характеристиками и на какой технологической основе [1, с. 160-161].

Идеалы образуют ценностное основание предпринимательской деятельности. Но в повседневной практике субъект хозяйствования руководствуется нормами той культуры, к которой он принадлежит. Иными словами важнейший контекст частной хозяйственной деятельности образует нормативно-ценностная среда ее осуществления, с которой предприниматель вынужден считаться. В принципиальном плане эта система включает морально-нравственные нормы и правовые нормы, которым предприниматель должен следовать. Первые представляют исторически сложившиеся культурные программы и носят всеобщий для данного

общества регулятивный характер. Ограничивая субъекта хозяйствования в отношении с государством, обществом, потребителем, сотрудниками, партнерами, конкурентами, традиционно или исторически сложившаяся морально-нравственная нормативная система представляет собой способ нравственной легитимизации хозяйственной деятельности субъекта. Предпринимательская деятельность в результате становится социально одобряемой.

Что касается правовых норм, то они основываются на культурной традиции народа и страны, в которой осуществляется предпринимательская деятельность, а также на принятых нормах в международном сообществе. Правовые нормы, фиксируемые в правовых актах, являются обязательными. Принятые нормы всегда тяготеют к стабильному регулированию экономических отношений. Будучи стереотипизированными, исполняемыми вначале как должное и необходимое, а впоследствии как *культурно-цивилизационная необходимость*, нормы существенно влияют на организацию предпринимательской деятельности.

Существует еще одна нормативная система: этикетные требования или нормы. Они представляют собой набор правил и норм условного характера, которые регулируют отношения в конкретной деловой ситуации или сфере (например, этика деловых отношений).

Нормативная система ориентирует предпринимателя на весьма избирательное отношение в области средств осуществления деятельности и получения прибыли. Каким же образом формируется нормативное обеспечение или регуляция предпринимательской деятельности?

Предприниматель ориентирован на получение максимальной прибыли. Но не любым путем, а в рамках действующих правовых норм. Следовательно, соблюдение их характеризует предпринимателя как носителя правовой культуры.

Мотивы деятельности предпринимателя или субъекта предпринимательской деятельности находятся в тесной взаимосвязи с системой ценностей как регулятивной системой. В реальной практике осуществления предпринимательской деятельности мотивы и высшие ценности могут не совпадать. В качестве побудительной силы хозяйственной активности может выступать стремление получить прибыль во что бы то ни стало. При этом субъект может осознавать или иметь достаточно четкое представление о высших ценностных ориентациях. В такой ситуации предприниматель вынужден все время балансировать между «добром» и «злом», между социально одобряемой деятельностью, в основе которой лежит своеобразная моральная легитимизация, и безудержным стремлением к прибыли. В качестве противодействия такому стремлению и способа разрешения противоречия выступает правовое регулирование. Правовая норма призвана смягчить или устранить возникшее напряжение.

Культура, следовательно, определяет предпочтительную модель поведения хозяйствующего субъекта в определенных условиях. Предприниматель может осуществить выбор между деятельностью в рамках закона и высших ценностей или же в обход закона, руководствуясь мотивом «прибыль любой ценой» и неразборчивостью в средствах.

Список использованных источников:

1. Лапуста, М.Г. Предпринимательство / М.Г. Лапуста [и др.]. – М.: ИФРА-М, 2003. – 534с.